BlachReport
LIVEKOMMUNIKATION UND MARKENARCHITEKTUR
06.23

„This is forwardism“: Wie George P. Johnson mit Unterstützung durch Emendo die BMW New i7 Experience auf Mallorca rockte

DESIGN

FÜR IHR EVENT

partyrent.com
we create atmosphere

PETER BRINCH PHOTOGRAPHER

Ranking, Awards und Multiplikator

2024 wird der BlachReport zum 20. Mal das Deutsche Event-Kreativranking ermitteln, um damit Kreativleistungen im Bereich Livemarketing und Livekommunikation zu würdigen. Das Ranking basiert auf einer Auswertung eventspezifischer Kategorien nationaler und internationaler Wettbewerbe. Im Fokus steht wie bisher die Bewertung von Kreativleistungen, die im Rahmen verschiedener Awards ermittelt werden.

Wie bereits im Herbst angekündigt, legen wir jeweils nach der Veröffentlichung des aktuellen Rankings die Awards fest, die in der nächsten Periode berücksichtigt werden. Das halten wir für erforderlich und fair, um Einreichern bei Awards auch die nötige Sicherheit zu bieten, dass die dort erzielten Ergebnisse inklusive des Multiplikators bei der Erstellung des Rankings einfließen.

Mit dem vierstufigen Multiplikator beziehen wir die Struktur der berücksichtigten Awards in die Bewertung ein. Er entsteht aus dem Vergleich der Kreativwettbewerbe untereinander und reflektiert nach klaren Vorgaben auf die Qualität der Jury, nationale oder internationale Ausrichtungen beziehungsweise die Internationalität sowie das Verhältnis zwischen der Zahl der Einreichungen, Kategorien und Gewinner.

Entschieden haben wir, für das 2024er Ranking die gleichen Awards und den gleichen Multiplikator wie bisher zu berücksichtigen. Der Multiplikator für die Internationalität wird dann ab 2025 aber nur noch berücksichtigt, wenn beim entsprechenden Wettbewerb mindestens 20 Prozent der Einreicher aus dem Ausland kommen.

Folgende Wettbewerbe werden wir daher für die Bewertung 2024 berücksichtigen, allerdings nur die Platzierungen deutscher Award-Einreicher beziehungsweise Einreicher mit Sitz in Deutschland): ADC Wettbewerb, Golden Award of Montreux, BEA World, EX Award, Gala Award, Galaxy Award, Cannes Lions, Heavent und BrandEx Award.

Bewertet werden wie bisher bei den Wettbewerben Gold-, Silber- und Bronze-Platzierungen mit sechs, vier respektive zwei Punkten. Einen Punkt gibt es für „Auszeichnungen" – beispielsweise beim ADC Award. Ein übergreifendes „Best of Show" beziehungsweise „Grand Award" wie beim Galaxy Award bringt weitere sechs Punkte. Beim Golden Award of Montreux vergeben wir sechs Punkte für die „Gold Medal" sowie jeweils drei Punkte für „Finalist".

Für das Ranking 2024 gilt folgender Multiplikator: ADC Wettbewerb = erreichte Punkte x 3, Golden Award of Montreux = erreichte Punkte x 3, BEA World = erreichte Punkte x 3, EX Award = erreichte Punkte x ???, Gala Award = erreichte Punkte x ???, Galaxy Award = erreichte Punkte x 2, Cannes Lions = erreichte Punkte x ???, Heavent Award = erreichte Punkte x 4 und BrandEx Award = erreichte Punkte x 4.

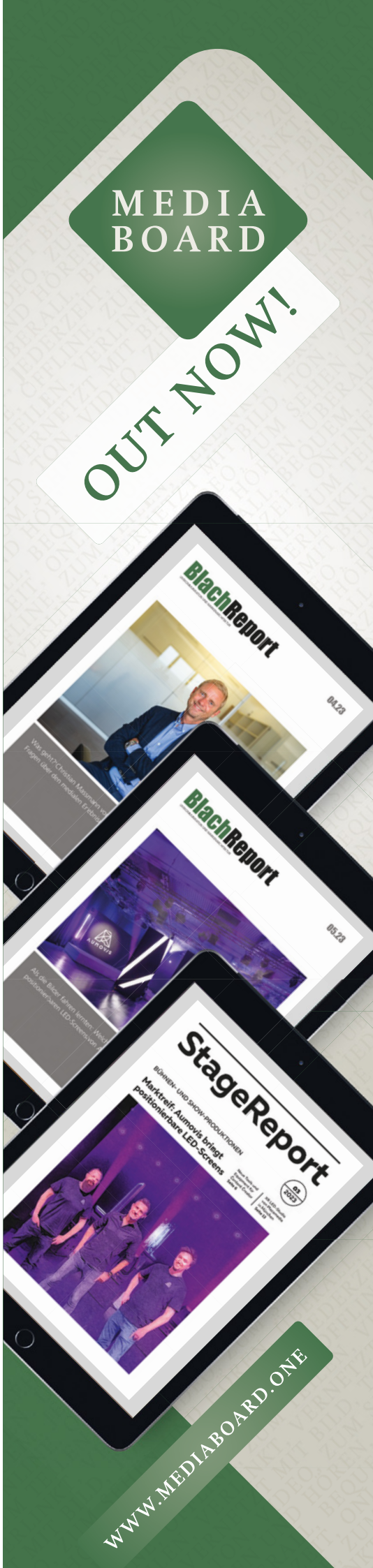
Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

Titelfoto: BMW New i7 Experience auf Mallorca (Foto: GPJ)

4 **BUSINESS** *1:0 für die Filmemacher?*
5 **BUSINESS** *Green-Globe-Siegel in Platin*
6 **AUTOMOBIL-EVENTS** *BMW New i7 Experience*
8 **EMPLOYER BRANDING** *CEO Mountainbike Tour*
9 **SXSW** *Neue Impulse South by Southwest*
10 **BUSINESS** *familie redlich setzt sich beim BMBF durch*
12 **KLIMA-NEUTRALITÄT** *Netto-Null ein Missverständnis?*
14 **VENUES** *Kroatien als MICE-Destination*
16 **PEOPLE** *Jobs + Karriere*
17 **MARKETING-SERVICES** *Lieferantenverzeichnis*
26 **BACKSTAGE** *Florian Schneider*
26 **IMPRESSUM**



Dominic Allen (Foto: DRPG)

Bewegtbild ist Grundvoraussetzung für effektive Kommunikation

1:0 für die Filmemacher?

„Video Content Marketing ist eine absolute Grundvoraussetzung für die Marketingkommunikation", diese Feststellung trifft Dominic Allen, Drehbuchautor und Filmregisseur der DRP Group (DRPG). Die Kreativagentur mit Zentrale nahe Birmingham, England, unterhält ein eigenes Film-Team, das Unternehmen unterstützt, die sich mit der Filmproduktion beschäftigen und für ihre Marketingzwecke nutzen möchten. DRPG unterstützt bei der Konzeption und kompletten Umsetzung.

Das weltweit agierende Unternehmen hat seine Wurzeln in der Unternehmensfilmproduktion, die auch heute weiter eine bedeutende Rolle spielt. Die Agentur unterhält dafür unter anderem mehrere TV- und Event-Studios. Aktuell in den Mittelpunkt gerückt sind die integrierten Kommunikationsmaßnahmen, die von Strategie und Design über Digital-, Film- und Veranstaltungsproduktionen bis hin zu Analyse und Evaluation betreut werden. Damit liegt DRPG im Trend.

Gemäß den „Video-Marketing-Statistiken | Neue Daten für 2023 | Wyzowl" setzen 91 Prozent der Unternehmen Videos als Marketinginstrument ein – mehr als je zuvor. Und 96 Prozent der Marketingstrategen betrachten Film als integralen Bestandteil ihrer Marketingstrategie. Im Video Content Marketing geht es darum, dass Marken Videoinhalte produzieren, um ihr Profil im Internet zu schärfen. Veröffentlicht wird es häufig auf Plattformen wie YouTube oder in sozialen Netzwerken. Gängige Praxis ist aber auch der Einsatz bei Webinaren, Live-Events oder Präsentationen. Formate gibt es viele: Promos, Erklärvideos, Animationen, Imagevideos oder auch Produktdemonstrationen. Auf den Social-Media-Kanälen geht es häufig darum, das eigene Online-Profil zu schärfen und dem Publikum zu vermitteln, was man mag, was man tut und warum man sich für diese Dinge begeistert – und dabei auf seine Marke einzahlt.

Ein umfassendes Produktionsangebot ermöglicht es DRPG, einfach und kostengünstig maßgeschneiderte Inhalte zu erstellen und diese einem großen Publikum zu vermitteln. „Die Kosten, die Zeit und der Aufwand für die Produktion eines 60-Sekunden-Erklärfilms für YouTube werden immer noch als unrentabel angesehen", erklärt Dominic Allen. „Professionell konzipiert und produziert sowie mit einem guten Einblick in die Wünsche des Publikums gelingt aber leicht ein Return-On-Invest, weil das Unternehmen schnell und in einem ansprechenden Format mit der Zielgruppe in Kontakt treten kann – und das über ein Medium, das die Menschen gerne konsumieren, denn es transportiert Stories und Emotionen besser als andere Kanäle. Aktuell steht es in der ewigen Marketingschlacht zwischen dem Ansehen von Inhalten und dem Lesen von Inhalten 1:0 für die Filmemacher".

Es gibt aber noch weitere Gründe, die für eine Nutzung des Marketingbudgets für Video Content Marketing sprechen: Videos und Animationsfilme besitzen ein hohes Potential, ein Produkt und/oder eine Marke zu erklären, und Kunden entwickeln größeres Vertrauen, wenn sie verstehen, was ein Unternehmen macht, welche Eigenschaften ein Produkt hat und was es ihnen nützt. Zudem ist das bewegte Bild ein ausgesprochen vielseitiges Format, und Videos eignen sich in besonderem Maße für die Suchmaschinenoptimierung. Bei gängigen Suchbegriffen können die Inhalte ganz oben in den Ergebnissen auftauchen und so die Marke bei den Surfern und Klickern sowie bei den treuen Followern bekannt machen. Darüber hinaus führen Videos nachweislich zu mehr Besuchern auf der Website und erhöhen die Konversionsrate.

Der Film gilt als die beliebteste Art, Inhalte aufzunehmen. Insgesamt wird täglich über eine Milliarde Stunden YouTube-Material konsumiert. Auch TikTok erwartet mit weltweit über einer Milliarde Nutzern ein rasantes Wachstum.

Maßnahmen für Nachhaltigkeit im Veranstaltungsgeschäft

Leipziger Messe erhält Green-Globe-Siegel in Platin

Die Leipziger Messe hat im Februar 2023 erneut das renommierte Green-Globe-Siegel für nachhaltiges Handeln erhalten. Mit der jüngsten Re-Zertifizierung geht die Auszeichnung als Platin-Mitglied einher. Diese wird nicht automatisch nach Erfüllung aller Grundvoraussetzungen verliehen, sondern beruht auf einer Überprüfung der Gesamtleistung des Mitglieds in den vergangenen zehn Jahren, um sicherzustellen, dass kontinuierliche Anstrengungen in den Schlüsselthemen der Zertifizierung unternommen wurden. Diese umfassen Aspekte wie nachhaltiges Management, Soziales/Wirtschaft und Umwelt.

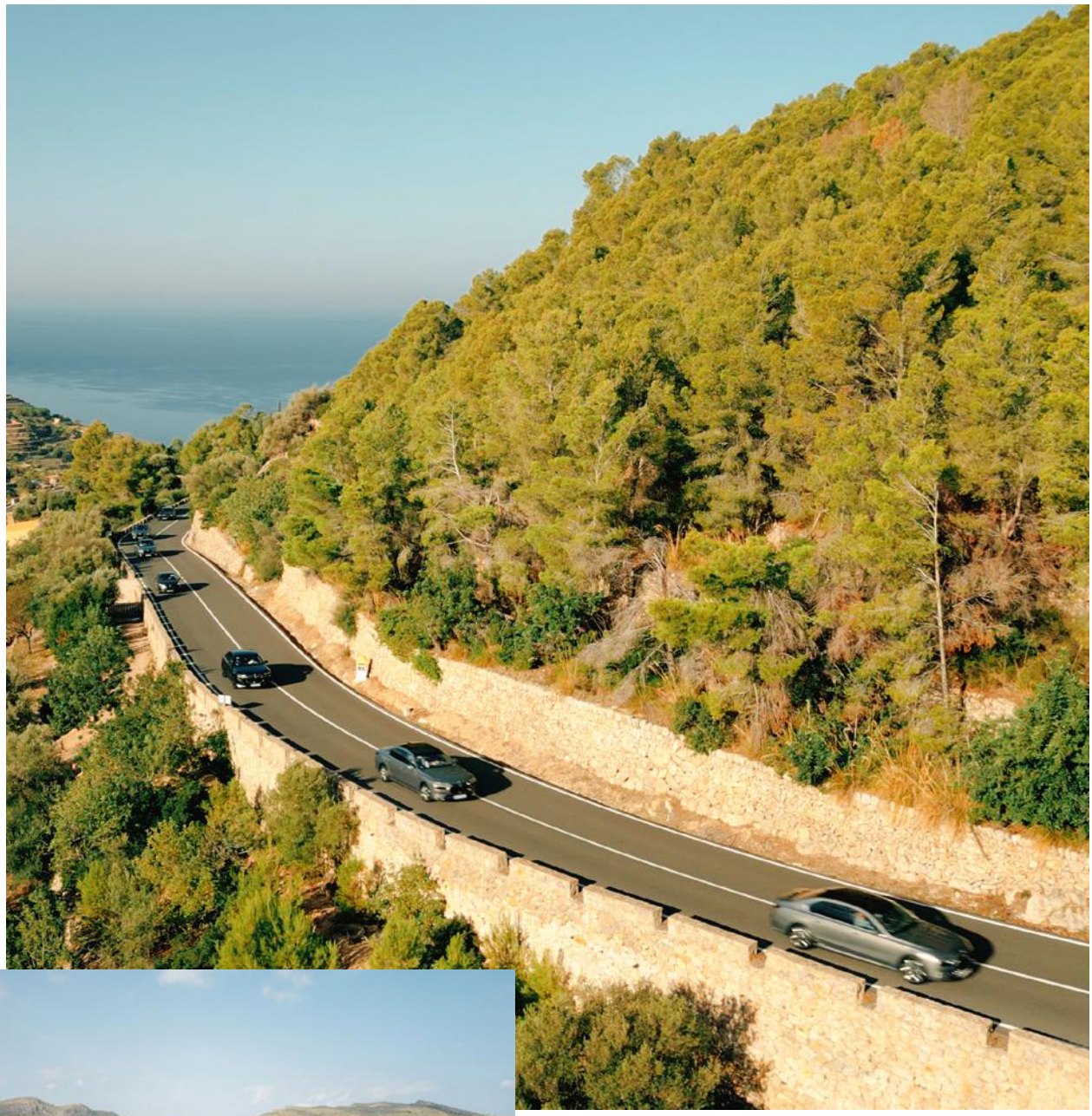
Im Jahr 2009 erhielt die Leipziger Messe als erste große deutsche Messegesellschaft erstmals das Green-Globe-Siegel und wurde seither regelmäßig rezertifiziert. In die Zertifizierung fließen rund 300 Kriterien zu sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekten des Nachhaltigkeitsprinzips ein. Im Jahr 2018 erlangte die Leipziger Messe den „Gold-Status", mit welchem Bewerber bei regelmäßiger Zertifizierung und durchgehenden Verbesserungen im nachhaltigen Handeln gekürt werden.

Für die strategische Weiterentwicklung im Bereich Nachhaltigkeit hat die Leipziger Messe eine neue Organisationsstruktur etabliert, die das Nachhaltigkeitsmanagement der Unternehmensgruppe zentral bündelt und koordiniert. Hierzu gehören auch die Maßnahmen der Tochterunternehmen, die ebenfalls strategisch und konsequent Nachhaltigkeitsziele verfolgen. Das Congress Center Leipzig unterzeichnete 2021 den Nachhaltigkeitskodex „fairpflichtet" – eine Initiative des German Convention Bureau und des europäischen Verbandes der Veranstaltungs-Centren EVVC. Die Gastronomiespezialisten von fairgourmet erhielten 2017 den Meeting Experts Green Award der Tagungs- und Kongressbranche. Fairnet wurde 2021 vom Branchenverband fwd: (ehemals Famab) erneut als „Sustainable Company" zertifiziert.

Green Globe ist das erste weltweite Programm zur Zertifizierung und Leistungsverbesserung, das speziell für die Reise und Tourismusindustrie entwickelt wurde. Seit 1992 wird damit die Nachhaltigkeit eines Unternehmens nach international anerkannten Kriterien bewertet. Der Green-Globe-Standard gibt Unternehmen einen Rahmen zur umfassenden Bewertung ihrer Leistungen und zur Kontrolle von Verbesserungen der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit. Damit verbunden ist die Anerkennung im Rahmen der regelmäßigen Zertifizierung.

SHORTLIST MIT 46 CASES

Für die Heavent Awards 2023 wurden 132 Projekte von Event-, Experiental- und Live-Marketing-Agenturen sowie Unternehmen und Messe- und Kongressveranstaltern eingereicht. Die Preisverleihung soll am 30. März in Cannes im Palais des Festivals stattfinden. Die 132 Einreichungen kamen aus zwölf Ländern. 46 Cases haben es auf die Shortlist geschafft, darunter 15 Cases aus Deutschland. Die Jurymitglieder, durchgängig Verantwortliche für Event Communication- und Product Marketing, kommen aus Unternehmen wie Henkel, Air France, Volkswagen France, ING oder auch Accor. Der Organisator, WeYou Group, erwartet mehr als 1.000 Eventprofis für die Preisverleihung im Palais des Festivals in Cannes, die als Highlight der Heavent Meetings (29. und 30. März) stattfindet. Heavent Meetings ist eine Event- und MICE-Messe. Mehr als 4.000 Fachbesucher, darunter 500 Hosted Buyer aus Agenturen und Unternehmen, nehmen an der Messe teil.

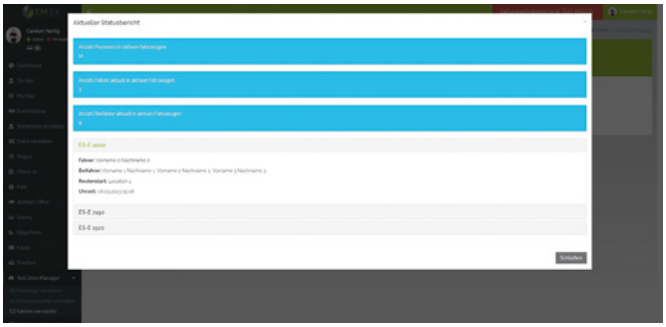


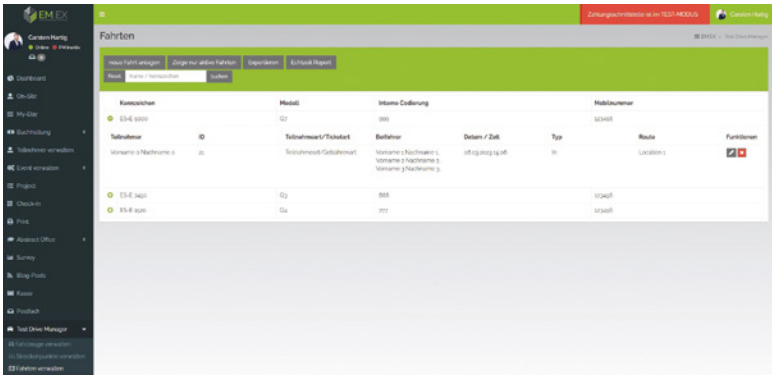
The New i7 Experience von BMW auf Mallorca (Fotos: GPJ)

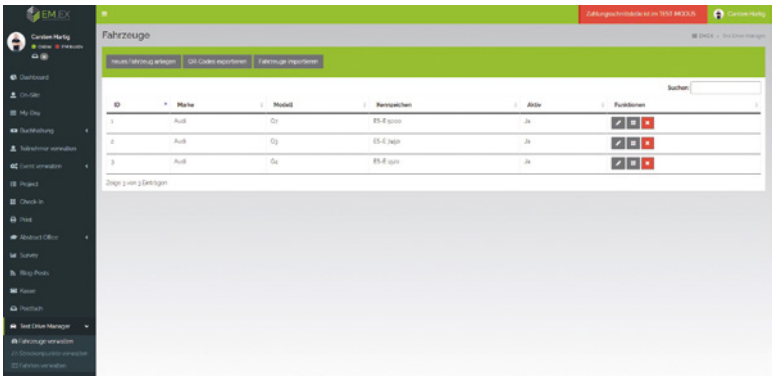
The New i7 Experience von BMW auf Mallorca

This is Forwardism

„FORWARDISM" – SOZUSAGEN DIE KOLLEKTIVE EINSTELLUNG DAZU, DAS ZU GESTALTEN, WAS ALS NÄCHSTES KOMMT – STAND IM FOKUS EINER HÄNDLERTAGUNG VON BMW AUF MALLORCA, AUF DER DER NEUE I7 PRÄSENTIERT WURDE. RUND 2.200 HÄNDLER, INVESTOREN UND PARTNER AUS ALLER WELT WAREN DABEI UND ERLEBTEN AUF DER BMW PRODUCT BRAND EXPERIENCE 2022 AUCH NOCH DIE VORSTELLUNG DER MODELLE IX 1 UND XM VON BMW.







Test Drive Manager
(Screenshots: Emendo)

Für die BMW New i7 Experience „This is Forwardism“ entwickelte die Agentur Georg P. Johnson (GPJ) innerhalb von gerade mal sechs Monaten ein produkt- und zielgruppenspezifisches Veranstaltungskonzept, das die Erwartungen der Teilnehmer übertraf und ihnen einen Perspektivwechsel ermöglichte. 23 Gruppen erlebten back-to-back in einem eineinhalbtägigen Programm Test-Drives, Produkt-Launches, Workshops und hatten bei der Abendveranstaltung genügend Zeit für den gemeinsamen Austausch und das Networking.

Unter dem Leitgedanken des Forwardismus sollte sowohl ein neues Verständnis von Luxus vermittelt als auch der Markenkern des i7 herausgearbeitet werden, um die Gäste mit authentischen Erlebnissen in die Welt des vollelektrischen Flaggschiffs i7 zu begleiten.

GPJ entwickelte als Lead Agentur im Full Service für die Fahrzeugpräsentation ein kreatives Konzept inklusive Grafikdesign und Architektur, zeichnete verantwortlich für die Inhalte inklusive der Erstellung von Richtlinien für alle acht Workshops und drei „New Luxury Dimensions“ Erlebnisse sowie für das gesamte Projektmanagement und die Fahrzeuglogistik.

Letzteres erfolgte mit Unterstützung durch Emendo Event + Congress. Das Unternehmen sorgte im Auftrag von GPJ für das passende Fahrzeughandling-Tool „Test Drive Manager“. Mit dem Tool wurden nicht nur die 35 Fahrzeuge, die für Testfahrten zu Verfügung standen, verwaltet, sondern ebenso Strecken angelegt, bearbeitet und verwaltet. Auch das Management der Fahrer und ihrer Touren erfolgte mit dem Test Drive Manager von Emendo. So war es im Echtzeitmodus jederzeit möglich, Übersicht über die Positionen aller Fahrzeuge inklusive Informationen über die jeweiligen Fahrer und Beifahrer zu bekommen. Die Ausgabe individueller QR-Codes pro Fahrzeug erfolgte direkt aus dem System heraus.

Sowohl beim Start als auch an den Zwischenstationen sowie bei der Zielankunft wurden Fahrzeuge und Fahrer gescannt, was die Einsteuerung folgender Programmpunkte durch die Voraussage der voraussichtlichen Ankunftszeit erleichterte. Eine Nachverfolgung von Unfällen oder die Dokumentation von Verstößen gegen Verkehrsregeln machte der Test Drive Manager ebenfalls möglich.

Zusätzlich übernahm Emendo die Verwaltung der Hotelkontigente und der Reiselogistik. Bei der Ankunft vor Ort wurden die Koffertags gescannt und das Gepäck der Teilnehmer direkt auf die Hotelzimmer verteilt.

CEO Mountainbike Tour
(Fotos: livewelt)

CEO Mountainbike Tour bei Deutsche Post DHL Group

Mit dem Chef den Gipfel stürmen

DIESE TOUR HAT ES IN SICH. 1.100 HÖHENMETER, 55 KILOMETER IN FÜNF STUNDEN RUND UM DAS BERCHTESGADENER LAND, GEKRÖNT VON EINEM SCHWEISSTREIBENDEN SCHLUSSANSTIEG SEITE AN SEITE MIT DEUTSCHE POST DHL GROUP VORSTAND DR. FRANK APPEL.

40 Mitarbeiter erklommen gemeinsam per Mountainbike mit ihrem Vorstandsvorsitzenden den Gipfel, genossen ein Spitzen-Panorama zu Alphornbläserklängen und feierten im Anschluss mit ihrem obersten Chef auf der Hütte. Der dreitägige Programmmix des Incentive-Wochenendes ist ebenso sportlich wie unterhaltsam. Mit der CEO Mountainbike Tour setzt der Konzern verstärkt auf erlebnisreiche Livekommunikation als Schlüssel für erfolgreiches Employer Branding.

Seit mehr als 16 Jahren liegt die erlebnisreiche Live-Kommunikation im Zuge des Employer Branding für die Deutsche Post DHL Group in der Verantwortung der Gütersloher Agentur livewelt. Nach gemeinsamen Berlin Marathon-Teilnahmen und Wandertouren wird seit 2009 die CEO Mountainbike Tour an wechselnden Orten umgesetzt.

Jedes Jahr bewerben sich mehr als 500 Mitarbeiter aus dem Bereichen Brief und Paket über das Intranet um die begehrten Plätze für das exklusive Wochenende – vom Briefträger bis zum Regionalleiter. Denn die CEO Mountainbike Tour der Deutsche Post DHL Group ist weit mehr als Fahrradfahren. Die Tour bietet den Mitarbeitern die Möglichkeit, zusammen mit dem Vorstandsvorsitzenden im Rahmen des Incentive-Wochenendes in lockerer und ungezwungener Atmosphäre in den Dialog zu treten.

Umgekehrt bekommt Dr. Frank Appel durch das Incentive die Chance, ein offenes Feedback zu bekommen, sozusagen das Ohr an der Basis zu haben und zu hören, wo der Schuh drückt, und offene Fragen zu klären. Und nicht nur das: „Die Mitarbeiter unterschiedlicher Standorte, lernen sich und ihren Chef in lockerer Atmosphäre kennen, kommen ins Gespräch und entwickeln ein Wir-Gefühl, das sie mit zurück in ihren Arbeitsalltag nehmen. So werden aus Mitarbeitern Markenbotschafter", erklärt Ole Ternes, Gründer und Geschäftsführer der Agentur livewelt.

Als Spezialist für Events und packende Team-Incentives, sorgt das Agentur-Team mit präziser Vorbereitung dafür, dass die 40 ausgelosten Teilnehmer eine sportliche Herausforderung mit spannendem Storytelling erleben. Die livewelt-Spezialisten wählen in einem umfangreichen Site-Inspection-Prozess die passende Region mit den entsprechenden Top-Locations aus, planen die Streckenführung mit erfahrenen Guides, organisieren professionelle Mountainbikes und sorgen mit einem umfassenden Teilnehmermanagement vor Ort für ein Rundum-Wohlfühlpaket, das für die Post-Mitarbeiter während der drei Tage keine Wünsche offenlässt.

Jährlich realisiert das livewelt-Team zahlreiche Incentives für internationale Unternehmen. „Jedes Format ist ganzheitlich konzipiert und individuell auf den Kunden zugeschnitten. Gemeinsam entwickeln wir eine Story, um die interne Kommunikation und die Arbeitgebermarke effektiv und nachhaltig weiterzuentwickeln", sagt Ole Ternes. Das Portfolio der umgesetzten Live-Kommunikationsmaßnahmen ist groß. Vom eigenen Firmenfitness-Programm, bei dem die Mitarbeiter mit gebrandeter Sportkleidung ausgestattet werden, über den gemeinsamen Ski-Workshop in den Bergen mit echten Profisportlern bis hin zum firmeninternen Fußball- oder Golfturnier. livewelt schafft emotionale Momente und macht den Event zur Kommunikationsplattform und das Incentive zur Botschaft. „Unser Ziel ist es, dass die Gäste die Botschaften verinnerlichen. Der Weg dorthin ist immer individuell", so Ole Ternes.

Inklusion, Raumfahrt und Brand Experience

Neue Impulse South by Southwest

South by Southwest (Fotos: Ben Erben)

DAS FESTIVAL SOUTH BY SOUTHWEST IN TEXAS GILT ALS ABSOLUTER HOTSPOT FÜR NEUHEITEN UND ENTWICKLUNGEN IN DEN BEREICHEN TECHNIK, MARKETING, MEDIEN UND KULTUR. BEN ERBEN, ECD BEI MUTABOR, WAR VOR ORT UND HAT IN DEN CONFERENCE-TRACKS EINEN MEGATREND IDENTIFIZIERT, DER DIE DESIGN-, BRAND EXPERIENCE- UND ADVERTISING-BRANCHE UMTREIBT UND GROSSE CHANCEN BEREITHÄLT: „INCLUSIVITY AND ACCESSIBILITY".

Was sich wie ein weiteres „Feelgood"-Thema anhört, bietet wesentlich mehr Potenzial, als nur „das Richtige zu tun". Aus meiner Sicht sind Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit derzeit die wichtigsten Transformations-Treiber in der Eventbranche. Und das zu Recht. Durch die Pandemie haben wir alle einen temporären Einblick erhalten, wie sich Einschränkung oder Ausschluss im Alltag anfühlt. Mehr als eine Milliarde Menschen auf der Welt leben mit einer Behinderung. Die meisten von uns werden wahrscheinlich irgendwann in ihrem Leben mit einer vorübergehenden, situationsbedingten oder dauerhaften Behinderung konfrontiert sein.

Barrierefreiheit im Kommunikationsdesign bedeutet sicherzustellen, dass Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Einschränkungen gleichberechtigten Zugang zu Technologien, Dienstleistungen, Informationen und Räumlichkeiten haben. Wenn wir uns heute auf den Messen und Events in Europa, wie zum Beispiel kürzlich auf dem Mobil World Kongress, umsehen, dann finden sich hier nur vereinzelt überzeugende Ansätze. Es fehlt an Lösungen aus Eigenantrieb der Aussteller oder Eventbetreiber, die in dem Thema noch nicht die Chance für Innovation, Wachstum und Kreativität erkennen.

INCLUSIVITY AND ACCESSIBILITY IM PRAXISTEST: NACH OBEN IST NOCH LUFT

Bei SXSW gab es zahlreiche Talks und Meet-ups zu diesem Themenbereich. Die ernüchternde Erkenntnis aus den Veranstaltungen, die ich besucht habe: viele Worte, aber wenig Konkretes.

Ich vermute, dass wir im Bereich Inklusion auf Events eine ähnliche Entwicklung wie in der Nachhaltigkeitsdebatte sehen werden. Erst wenn Unternehmen den Handlungsbedarf erkennen und neue Anforderungen in ihre Briefingunterlagen an Dienstleister integrieren, entsteht ein wirkliches Momentum. Die Themen erhalten erst dadurch die notwenige Aufmerksamkeit, um innovative und wirtschaftliche Lösungen zu suchen und zu finden. Bezogen auf Nachhaltigkeit führte dies beispielsweise zu einem Fokus auf wiederverwendbare Messesysteme, recycelbare Materialien, der Reduzierung von Abfall, alternative Nachnutzungskonzepte und hybride Veranstaltungskonzepte.

Ben Erben

»WENN WIR DEN WELTRAUM ZUGÄNGLICH MACHEN KÖNNEN, KÖNNEN WIR JEDEN RAUM ZUGÄNGLICH MACHEN.«

Die größte Inspiration zum Thema Barrierefreiheit bot auf der SXSW der Talk von „Mission: AstroAccess" (MAA) mit Speakern von MIT, Harvard und NASA. MAA ist ein Projekt, das sich der Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen in die Weltraumforschung widmet. Ihr Motto „Wenn wir den Weltraum zugänglich machen können, können wir jeden Raum zugänglich machen" lässt sich nahtlos auf die Eventbranche übertragen. MAA hat sich das Prinzip „Inklusion statt Adaption zur Maxime gemacht. Hier geht es nicht darum, einen Raum für Menschen ohne Behinderungen zu kreieren und danach für andere zu adaptieren, sondern direkt alle mit einzubeziehen. Die dringende Empfehlung der Expert*en: Ein Austausch mit der Community von Menschen mit Behinderung. Denn inklusives Design sollte mit ihnen und nicht für sie entwickelt werden. Ein spannender Impuls aus dem Vortrag war darüber hinaus der Vorschlag, als Designer oder Architekt selbst Räume und Exponate mit verbundenen Augen oder starkem Gehörschutz zu erleben.

INKLUSIVES DESIGN BIETET FÜR ALLE EINEN MEHRWERT

Gemäß dem oben genannten Motto bietet ein inklusives Design nicht nur Menschen mit Behinderung einen Mehrwert. Hier einige konkrete Beispiele aus dem MAA-Vortrag: Für eine Raumstation wurde eine Lichtinstallation entwickelt, die Durchsagen über eine visuelle Farbcodierung kommuniziert, damit diese auch Menschen mit Hörbeeinträchtigungen unmittelbar erreichen. Der Farbcode hat dabei genauso für Menschen ohne Behinderung einen klaren Nutzen, da visuelle Signale schneller wahrgenommen werden können.

Noch spannender wurde es für mich beim Thema Raumerlebnis für blinde Menschen. Hier kommen zwei neue Technologien ins Spiel. Zum einen eine AI-Bildanalyse, die den Menschen das für sie nicht Sichtbare in Sprache umwandelt und zum anderen User-Interfaces, die durch Gehirnströme gesteuert werden können. Beides Technologien, die heute schon genau so einsetzbar sind. Diese Beispiele sind sehr speziell, zeigen aber, wie viel in dem Bereich möglich ist.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Barrierefreiheit ein großer Innovationstreiber für Livekommunikation sein wird. Wie schon in Sachen Nachhaltigkeit werden wir hier keine guten Lösungen durch Konkurrenz- und Silodenken erreichen. Es gilt: cooperation is king.

Den Beitrag hat Ben Erben, ECD bei Mutabor, für den BlachReport verfasst.

Ingmar Klatt (Foto: BlachReport)

familie redlich setzt sich beim BMBF durch

Ausschreibung gewonnen

Nach einem europaweiten Verfahren hat das Team von familie redlich rund um Vorstandsmitglied Ingmar Klatt die Ausschreibung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) gewonnen. Damit wird familie redlich, bereits seit 2010 für das BMBF aktiv, das Haus weiterhin bei der Planung und Umsetzung von Veranstaltungen, Messen und Ausstellungen unterstützen.

Die Rahmenvereinbarung bezieht sich auf Messeauftritte und internationale Top-Level-Konferenzen ebenso wie auf Bürgerdialoge oder große Publikumsveranstaltungen. Alle Formate und Maßnahmen können in Präsenz, digital pur oder hybrid angelegt sein.

„Ob beim Tag der offenen Tür der Bundesregierung, auf der Leipziger Buchmesse oder im Rahmen von Forschungstagungen: Wir freuen uns darauf, die spannenden Themen des BMBF durch unsere Expertise in Sachen Wissenschafts- und Bildungskommunikation sowie durch unsere Live-Kompetenzen unterstützen zu können", erklärt dazu Ingmar Klatt, Vorstandsmitglied bei familie redlich.

Die Umsetzungs- und Planungsarbeiten für zahlreiche Leuchtturmprojekte in 2023 und 2024 haben bereits begonnen.

Think Tank extended kommt nach Düsseldorf

Vorträge zu relevanten Themen

Nach der erfolgreichen Umsetzung 2021 kommt der „Think Tank extended" am 4. Mai wieder nach NRW. Die Veranstaltung bietet relevante Themen rund um die Organisation von Meetings, Incentives, Kongressen und Events. Zielgruppen sind Mitarbeiter von Eventagenturen von Junior bis zur Geschäftsführung, verantwortliche Event- und Marketing-Planer aus Unternehmen und Vertreter von Verbänden. Der Alpenpark Neuss ist gemeinsam mit Düsseldorf Convention Gastgeber der informativen Fortbildung.

Nach einem Blick durch „Events der Zukunft – Von der Kommunikation zur Erzählung" mit Zukunftsforscherin Dr. Christiane Varga – Kernaussage: „Events avancieren zu einer zentralen Kulturtechnik im 21. Jahrhundert" – soll es für die Teilnehmer detailliert in die Themenbereiche „Creative" und „Knowledge" gehen.

Die Vorträge über Eventrecht und Versicherungen schaffen Grundwissen für erfolgreiche und sichere Events. Die kreative Planung von Events wird durch den Input zu den Themen Nachhaltigkeit und Metaverse in Form von Events-Workshops inklusive Handlungsempfehlungen inspiriert. Am Folgetag sind interessierte Planer zu einer Locationbesichtigung des Euref-Campus eingeladen.

Think Tank ist eine seit Juni 2013 bestehende Veranstaltungsreihe, die sich an Inhaber von Eventagenturen, Senior Projektleiter und Planer auf Unternehmensseite richtet. Das „extended" steht für die Ausweitung des bisher kurzweiligen Frühstücksformates auf einen inhaltlich reichhaltigen Nachmittag.

Patrick Tapp (Foto: DDV)

GWA, VdU, DDV und BDU veröffentlichen Studie über Arbeitsumfelder

Unternehmen und Studierende wollen flexibel arbeiten

Unternehmen und Studierende wünschen sich flexible Arbeitsumfelder. So geben drei Viertel der Unternehmen an, die Arbeitszeitgesetzgebung solle auf Wochen- und nicht wie bisher auf Tagesarbeitszeiten abstellen. Auch für Studierende ist die freie Arbeitszeitgestaltung einer der drei wichtigsten Faktoren mit Blick auf ihr künftiges Arbeitsumfeld. Zu diesen Ergebnissen kommt eine verbandsübergreifende Studie von GWA, VdU, DDV und BDU, an der 500 Studierende verschiedenster Fachrichtungen und 215 Unternehmen mit Schwerpunkt auf unternehmensnahen Dienstleistungen teilnahmen.

Die Ziele des Gesetzgebers, mehr Arbeitszeitflexibilität nur im Tarifbereich zuzulassen und so mehr Unternehmen in den Tarif zu bewegen, werden, folgt man den Ergebnissen der Studie, nicht erreicht. Nur gut vier Prozent der befragten bisher nicht tarifgebundenen Unternehmen wären zu einem Wechsel in den Tarif bereit, mehr als 80 Prozent lehnen dies ab. Patrick Tapp, DDV Präsident: „Die breit angelegte Umfrage unter den Unternehmensmitgliedern zeigt eindeutig auf, dass der Wunsch nach einer stärkeren Selbstbestimmung von Arbeitszeit kaum eine Unternehmerin und einen Unternehmer dazu bewegen wird, sich deshalb in eine Tarifbindung zu begeben. Bei dem im Koalitionsvertrag verankerten Experimentierraum für flexiblere Arbeitszeitbetrachtungen ist einfach nicht nachvollziehbar, warum bei einem großen Teil von Beschäftigten aus tarifungebundenen Branchen der Wunsch nach flexiblen Arbeits- und Pausenzeiten in Zeiten der Digitalisierung nicht geprüft wird. Das erscheint mir wenig flexibel."

Den Wunsch nach mehr Flexibilisierung äußern auch die Beschäftigten der Unternehmen. 85 Prozent der befragten Betriebe gaben an, ihre Arbeitnehmenden würden zunehmend mehr Arbeitszeitflexibilität fordern. Aber auch ihre (internationalen) Kunden wünschen sich ein flexibles Zeitmanagement. Wesentliche Hemmnisse auf dem Weg zu mehr Flexibilisierung sehen die Unternehmen in Herausforderungen bei der Führung mobiler und hybrider Teams (36 Prozent) und im gesetzlichen Rahmen (35 Prozent). Zudem befürchten 27 Prozent der Befragten eine geringere Produktivität. Besonders hohe Hürden sehen die Unternehmen bei Fragen der internationalen Arbeitsortflexibilisierung. Gut 81 Prozent der Befragten erwarten hierbei Hemmnisse wegen regulatorischer Vorgaben. Auch bei der Frage der Arbeitszeitflexibilisierung berichten knapp 60 Prozent von zu viel Regulierung, nur vier Prozent der Befragten sehen hier keine Herausforderungen.

Ebenso möchten die künftigen Arbeitnehmer flexibel arbeiten. Die befragten Studierenden legen großen Wert auf die freie Wahl von Arbeitszeit und -ort. Die Möglichkeit der Arbeit von zuhause bewerten 40 Prozent der 500 Befragten als wichtigsten Faktor mit Blick auf ihr künftiges Arbeitsumfeld. Es folgen die Möglichkeit einer Vier-Tage-Woche (34 Prozent) und die freie Einteilung der Arbeitszeit (32 Prozent).

HITCHON TRITT GWA BEI

Die Agentur HitchOn ist neues Mitglied im Branchenverband GWA. HitchOn ist eine Full-Service-Agentur für Social Media Content. Geleitet wird die Agentur von Sarah Kübler. Mehr als 40 Mitarbeitende an den Standorten Mainz und Hamburg konzipieren Kampagnen und digitale Inhalte für Social-Media-Plattformen und tracken die KPIs von Influencern.

Neben Influencer Marketing gehören Branded Content, Channel Management, Rights Management und Social Advertising zum Leistungsportfolio der Agentur. Das YouTube-zertifizierte Expertenteam produziert Videoinhalte und baut Social-Media-Präsenzen in Zusammenarbeit mit Influencern auf Plattformen wie TikTok, YouTube, Instagram, LinkedIn und Twitch auf.

Kunden von HitchOn sind Marken und NGOs wie Jack Wolfskin, Sharenow oder die Bundeszentrale für politische Bildung sowie Produktionsfirmen und Medienhäuser – vor allem öffentlich-rechtliche Sender wie das ZDF oder Landesrundfunkanstalten der ARD.

Zur Agentur gehört das Tochterunternehmen AlwaysOn Production.

Jürgen May (Foto: 2bdifferent)

Ist Netto-Null ein großes Missverständnis?

Nachhaltigkeitsdiskurs

JÜRGEN MAY VON DER NACHHALTIGKEITSBERATUNG 2BDIFFERENT HAT SICH IN EINEM GASTBEITRAG MIT DEM THEMA DER „KLIMANEUTRALITÄT" BESCHÄFTIGT.

Die Nachhaltigkeit liegt voll im Trend. Und keine Frage – Klimaneutralität ist ein wichtiges klimapolitisches Ziel im globalen Kampf gegen den menschengemachten Klimawandel. Weltkonzerne proklamieren sie bereits jetzt, und Städte rund um den Globus wollen das Ziel bis 2030 erreichen: die Klimaneutralität. Begriffe wie Klimaneutralität, Net Zero oder Klimapositivität sind plötzlich in aller Munde. Von Sportgroßveranstaltungen, Kreuzfahrten, Konsumprodukten bis zu Industrieprozessen: Immer häufiger wird irgendetwas mit Etiketten wie „CO_2-neutral" oder ähnlichen geschmückt. Klimaneutralität sei längst ein „Buzzword im fossilen Marketingsumpf", urteilt Claudia Kemfert, Professorin am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) in Berlin.

Übrigens, Deutschland möchte gar nicht klimaneutral werden! Das Bundes-Klimaschutzgesetz will eine „Treibhausgasneutralität bis 2045" erreichen. Und die EU will bis 2050 „klimaneutral" werden. Fazit: Je genauer man hinschaut, desto komplizierter wird es. Inzwischen gibt es mehr als 30 verschiedene Begriffe und Bedeutungen. Der Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) fordert bereits ein generelles Verbot der Werbung mit Klimaneutralität. Kritik kommt auch von Seiten der Verbraucherorganisation Foodwatch. Sie fordert ein Verbot irreführender Klimaschutz-Werbung auf Lebensmitteln. Begriffe wie „CO_2-neutral" oder „klimapositiv" sagten nichts darüber aus, wie klimafreundlich ein Produkt tatsächlich sei, es gehe nur um Greenwashing.

Dennoch nutzen beispielsweise einige Verbände dieses Wording in ihren aktuellen Verlautbarungen. Messen, Veranstaltungshäuser, Agenturen, Eventdienstleister und Veranstalter sind überwältigt von den Schlagworten rund um den Nachhaltigkeitsdiskurs. Flugs wurden und werden die Ziele und Strategien zur Klimaneutralität veröffentlicht. Fraglich ist aber das Verständnis aller Beteiligten über die ständig fallenden Begriffe wie „kohlenstoffneutral", „THG-neutral" oder „klimaneutral". Doch was steckt tatsächlich dahinter? Wissen das wirklich alle?

Wie bereits an verschiedenen Stellen diskutiert, stellt sich somit die Frage: Was ist eine klimaneutrale Veranstaltung"? Bislang funktioniert das Prinzip der Klimaneutralität, in dem beispielsweise ein Veranstalter seinen CO_2-Ausstoß von einem externen Zertifizierungsunternehmen berechnen lässt und dann die Menge durch Investitionen in Klimaschutzprojekte – meist Aufforstungsprojekte – ausgleicht. Längst sind diese CO_2-Kompensationen in die Kritik geraten: Bäumchen um Bäumchen wird gepflanzt, ohne den Hintergrund zu kennen und die Sinnhaftigkeit der Maßnahmen zu hinterfragen. Selbst Dietrich Brockhagen, Geschäftsführer von „Atmosfair", sieht den den Baum-Hype kritisch und hat sich komplett gegen Baumprojekte entschieden. „Auch wenn alle freien Flächen auf unserem Planeten heute mit Bäumen bepflanzen würden, würde das nicht einmal 20 Prozent des

DER WELTKLIMARAT (IPCC) DEFINIERT „KLIMANEUTRALITÄT“ ALS KONZEPT EINES ZUSTANDS, IN DEM MENSCHLICHE AKTIVITÄTEN KEINE NETTOAUSWIRKUNG AUF DAS KLIMASYSTEM HABEN. SO STEHT ES IM IPCC BERICHT GLOBAL WARMING OF 1.5° C. FÜR DEN AUSSTOSS AN TREIBHAUSGASEN WURDEN IM RAHMEN DES KYOTO-PROTOKOLLS VÖLKERRECHTLICH VERBINDLICHE ZIELWERTE FESTGELEGT, WOBEI DIE „KLIMAWIRKSAMKEIT“ IN CO2-ÄQUIVALENTEN (CO2EQ) GEMESSEN WIRD, MIT KOHLENSTOFFDIOXID ALS RICHTGRÖSSE, ZU DER ANDERE TREIBHAUSGASE WIE METHAN, LACHGAS, FLUORKOHLENWASSERSTOFFE, SCHWEFELHEXAFLUORID ENTSPRECHEND IHRER WIRKSAMKEIT IN BEZUG GESETZT WERDEN. BEISPIELSWEISE IST METHAN 25-MAL KLIMASCHÄDLICHER ALS KOHLENDIOXID.

UBA-Empfehlung zu den Klimakosten

Klimakosten in Euro$_{2021}$ pro Tonne Kohlendioxid	2020	2021	2030	2050
1% reine Zeitpräferenzrate (Höhergewichtung der Wohlfahrt der heutigen Generation gegenüber der Wohlfahrt künftiger Generationen)	199	201	219	255
0% reine Zeitpräferenzrate (Gleichgewichtung der Wohlfahrt der Generationen)	695	698	721	782

Quelle: Umweltbundesamt 2020, Methodenkonvention 3.1 zur Ermittlung von Umweltkosten - Kostensätze und eigene Berechnungen

Klimaproblems lösen. Zudem müssten diese Bäume mindestens bis zum Ende des Jahrhunderts stehen. Kaum eines der Baum-Projekte ist auf so lange Zeiträume ausgelegt,“ so Brockhagen.

Damit ist ein winziger Baum-Setzling, den wir bei unserer Event-Kompensation mitfinanzieren, somit oftmals nicht mehr als eine günstige Werbemaßnahme für den Event. Denn die Kosten, um eine Tonne CO_2 bei einem Event zu kompensieren, liegen bei allen gängigen Anbietern zwischen 15 und 40 Euro – unabhängig davon, ob CO_2 beim Eventprojekt vermieden, reduziert oder es keinerlei Maßnahmen zur CO_2 Reduktion gibt. Im Prinzip erst die Umwelt belasten, dann den Schaden ausgleichen lassen: so versprechen es die zahlreichen Anbieter von CO_2-Kompensationen. Allerdings geht die Rechnung so nicht auf, denn allein für die Folgekosten der durch die Emissionen verursachten Schäden weist das Umweltbundesamt rund 210 Euro pro Tonne Kohlendioxid aus. Somit würde der Messeauftritt eines Ausstellers mit 1.000 Tonnen CO_2 circa 200.000 EUR anstatt der heutigen Ausgleichzahlung von etwa 25.000 EUR betragen.

Noch fragwürdiger wird die Maßnahme vor dem Hintergrund der gemeinsamen Recherche der Zeit, der britischen Tageszeitung The Guardian und des britischen Reporterpools SourceMaterial. Diese ergaben, dass über Jahre offenbar Millionen CO_2-Zertifikate verkauft wurden, die es nicht hätte geben dürfen. Die Recherche lege nach Angaben der ZEIT nahe, dass zahlreiche Waldschutzprojekte ihre Kompensation um ein Vielfaches überbewerten, weil die Regeln des wichtigsten Zertifizierers auf dem Markt dies zuließen – und die Aufsicht versagt habe. Sie lasse auch vermuten, dass über 90 Prozent aller Zertifikate wertlos seien.

Auch die Branche der Kompensierer erscheint undurchsichtig. Es gelten keine einheitlichen Standards für CO_2-Labels. Anders als bei den staatlich vergebenen Bio- und Öko-Siegeln gibt es keine gesetzlichen Mindeststandards, die Grundlagen für die Berechnung der Emissionen sind nicht einheitlich, sie haben nicht den Status eines offiziellen Klimasiegels und sie werden von privaten Unternehmen vergeben. Viele Siegel-Anbieter machten beispielsweise die Reduktion des CO_2-Ausstoßes nicht zur Bedingung oder prüften die Angaben zur Berechnung gar nicht oder nur unzureichend. Vor allem eine verdeckte Recherche der ZEIT verdeutlicht, wie die Labels agieren, die Firmen, Produkte und Dienstleistungen für klimaneutral erklären.

Inzwischen beschäftigen sich deutsche Gerichte mit der Legitimation zur Nutzung des Begriffs. Jüngst gewann ein Mainzer Hersteller von Reinings- und Pflegemitteln ein Gerichtsverfahren gegen seinen Konkurrenten. Laut dem Urteil des Oberlandesgerichtes Frankfurt, dass dies im Eilverfahren fällte, darf sich der Konkurrent in Teilen seiner Werbung nicht mehr als klimaneutral bezeichnen. Nach Angaben des Klägers entschied das Gericht, dass sich Unternehmen nicht mehr als klimaneutral bezeichnen dürfen, wenn sie bei der Ermittlung des CO_2-Fußabdrucks Emissionen ausgeklammert haben. In dem Fall wurden zum Beispiel Emissionen nicht berücksichtigt, die durch die Logistik für Ein- und Ausfuhr und durch Rohstoffe und Verpackungen entstanden. Aus Sicht des Klägers geht die Bedeutung des Urteils weit über den konkret verhandelt Fall hinaus und hat Relevanz für die gesamte Branche in Deutschland.

Die Frage stellt sich, ob die Veranstaltungswirtschaft vor diesem Hintergrund mit ihren Kompensationsmodellen und dem Wording „Klimaneutralität“ auf dem richtigen Weg ist und wie es gelingen kann, eine transparente und somit glaubwürdige Nachhaltigkeitsbetrachtung von Events zu ermöglichen.

Autor: Jürgen May, 2bdifferent

Kroatien als MICE-Destination

Neue Locations im Land an der Adria

Meetex-Visual (Foto: Meetex)

FÜR DIE EUROPÄISCHE MICE-BRANCHE GEHT ES NACH DEN KRISENBEHAFTETEN JAHREN NACH 2020 GERADE FAST ÜBERALL WIEDER RICHTIG LOS. IM KROATISCHEN ZAGREB LÄDT MAN PASSEND DAZU VOM 28. BIS 30. MÄRZ ZUM ERSTEN MAL SEIT DREI JAHREN WIEDER ZUR LIVE-VARIANTE DES MICE-BRANCHENTREFFS MEETEX EIN.

Veranstaltungsplaner können dort persönliche Kontakte mit den kroatischen Meeting- und Luxusreiseprofis knüpfen: Das Format bringt Anbieter und Einkäufer der Branche zusammen und präsentiert zahlreiche kroatische MICE-Anbieter, wie etwa eine große Auswahl neuer Boutique- und Luxushotels, mit denen Kroatien seine Präsenz auf dem Incentive-Markt verstärken will. Eine kleine Auswahl der neuen Eventlocations in Kroatien stellen wir nachfolgend vor.

THE PUB HALL ZAGREB

Die kroatische Hauptstadt Zagreb revitalisiert derzeit ihre Gastgewerbe- und Tagungsbranche und fördert dabei die Entstehung neuer Veranstaltungsorte im Stadtgebiet. Eine der Neueröffnungen ist die Location „The PUB Hall". An der Savska cesta 141 gelegen, ist sie nur etwa 15 Minuten vom Stadtzentrum entfernt und so mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen.

Ausgestattet mit sorgfältig ausgewählten Kneipentischen, Hockern und Nischen im ersten Stock und Stühlen und Tischen in Standardhöhe im Obergeschoss bietet The PUB Hall eine variable Atmosphäre für verschiedene Anlässe und Veranstaltungen mit einer kleineren Anzahl von Personen. Das Ambiente wird durch handverlesene Dekorationen und Lichtdesign abgerundet. Professionelle Hospitality-Services werden auf Kunden- und Gäste-Bedürfnisse abgestimmt.

The PUB Hall (Fotos: Vedran Tolić)

Der zweistöckige Saal mit Holztreppe bietet Platz für bis zu 250 Personen bei einem Cocktailempfang und bis zu 150 Personen in Dinner-Settings. Schon kurz nach der Eröffnung hat sich The PUB Hall zu einem beliebten Ort für kleine Geschäftstreffen, Medienkonferenzen, Präsentationen, Cocktailparties und Galadinner entwickelt. Um den Komfort und die Zufriedenheit aller Versammelten zu gewährleisten, bietet The PUB Hall eine vollständige Palette an Dienstleistungen, darunter DJs und andere Musiker, verschiedene Set-Requisiten, Equipment für Foto- und Videoproduktion, Garderobe und Styling, Catering, PR und Sicherheitsdienste.

RADISSON COLLECTION: GRAND HOTEL BRIONI PULA

In 2022 hat die Radisson Hotel Group mit der Eröffnung des Grand Hotel Brioni Pula, A Radisson Collection Hotel, das Debüt ihrer Luxus-Lifestyle-Marke Radisson Collection in Kroatien vorgelegt. Vorausgegangen ist der Eröffnung eine umfassende Renovierung des legendären Hotels Brioni, eines der bekanntesten Hotels Kroatiens, im Wert von 30 Millionen Pfund durch den Partner der Radisson Hotel Group, die PPHE Hotel Group, und ihre kroatische Tochtergesellschaft Arena Hospitality Group.

Pula ist die Heimat des wichtigsten internationalen Flughafens Istriens und bietet Zugang zu historischen Stätten, Natur und einer außergewöhnlichen Küste. Das Grand Hotel Brioni Pula befindet sich in dramatischer Lage an einer Klippe an der Adria mit Blick auf die Brijuni-Inseln, die Inspiration für den Namen des Hotels waren. Es bietet 227 Zimmer, Infinity-Pools sowie mehrere Restaurants und Bars. Die Szenerie empfiehlt das Hotel als Schauplatz für vielfältige Corporate-Events und Konferenzen.

Das Kongresscenter „Brioni 14 Inseln" verfügt über sieben größere und kleinere Räume, die je nach Bedarf durch verstellbare Wände auch flexibel den Bedürfnissen angepasst werden können. Der Hauptraum des Grand Brioni Pula-Kongresscenters ist als Mehrzwecksaal die passende Venue für Veranstaltungen aller Art und kann in einen großen Kongresssaal für bis zu 220 Teilnehmer verwandelt werden. Eine Vielfalt an Locations für Kaffeepausen, Cocktailparties und Abendessen ergänzen das Angebot. Der Konferenzraum ist mit der modernsten AV-Technik ausgestattet und für die Dauer der Konferenzen steht ein AV-Techniker zur Verfügung.

ALGEBRA SPARK EVENT SPACE

Auf dem neuen Algebra-Campus in Zagreb wurde der Spark Event Space eröffnet, ein urbaner Veranstaltungsort für die Durchführung

von Geschäftsveranstaltungen. Algebra ist eine der führenden privaten Bildungseinrichtungen in Kroatien, die sich mit Hochschulbildung, lebenslangem Lernen, Unternehmensbildung und verschiedenen anderen Schulungen befasst. Im vergangenen April eröffnete Algebra in Zagreb einen fast 12.500 Quadratmeter großen Campus mit 35 Hörsälen. Der Campus befindet sich im westlichen Teil von Zagreb und ist nur wenige Straßenbahnhaltestellen vom Stadtzentrum entfernt. Der Algebra Spark Space wurde in diesem Campus eingerichtet, der die Möglichkeit bietet, Coworking- und Veranstaltungsflächen für verschiedene Nutzungen zu buchen.

Algebra-Campus, Eventflächen (Fotos: Algebra)

Der Algebra Spark Event Space verfügt über einen Konferenz- und Tagungsraum mit Platz für bis zu 215 Personen. Es gibt auch zahlreiche Klassenzimmer, Hörsäle und Auditorien unterschiedlicher Größe und Kapazität (von 20 bis 85 Teilnehmern), die je nach Bedarf des Kunden in Klassenzimmer- oder Theaterbestuhlung organisiert werden können. Einige von ihnen sind auch mit Computern ausgestattet und eignen sich daher für verschiedene interne und externe Schulungen, Panels, Workshops, Konferenzen, Produktpräsentationen und andere Veranstaltungen. Der Campus verfügt zudem über Audio-, Video- oder Podcast-Studios, die mit professioneller IT- und Audiotechnologie zum Aufnehmen und Produzieren von Content ausgestattet sind.

BLUESUN HOTEL ELAPHUSA IN BOL

Das Bluesun Hotel Elaphusa in Bol befindet sich rund zehn Gehminuten von „Zlatni Rat“, einem der berühmtesten Strände Kroatiens entfernt. In den letzten Jahren wurde das Hotel und seine Zimmer – ganz frisch in 2022 – gründlich renoviert. Bol ist die älteste Stadt an der Küste der Adria-Insel Brač. Das Zentrum liegt rund um den Hafen und bietet Sehenswürdigkeiten wie ein Dominikanerkloster mit Museum am Ortsende oder dem barocken Sommerpalais Loza mit Kirche am Hafen. Der Flughafen Split ist rund 95 km entfernt, der in Brač nur 14 km. Als weitere Anbindungen sind Transfers mit Katamaran oder Schnellboot von Bol nach Split möglich.

Mit seinem Konferenzzentrum eignet sich das Bluesun Hotel Elaphusa für Businesskonferenzen, Veranstaltungen, Seminare oder Teambuildings. Die Einrichtungen teilen sich in fünf Konferenzräume mit Kapazitäten von 40 bis 700 Plätzen. Dazu kommt ein Tagungsraum mit einer Kapazität von bis zu 15 Plätzen. Die Gesamtkapazität erlaubt in der Summe Events mit bis zu 960 Sitzplätzen, wobei der größte Konferenzraum Brač, in zwei kleinere geteilt werden kann. Die Konferenzräume Vis, Korčula und Šolta verfügen über Tageslicht. Das Haus bietet dazu einen kompletten Eventorganisations-Service. Auch eine Ausstellungsfläche von bis zu 500 m² steht zur Verfügung.

Die technische Ausstattung beinhaltet ein modernes Videoprojektionssystem und die entsprechende Präsentationstechnik. Ein Audiosystem mit 24 Kanälen ermöglicht auch professionelle Tonaufnahmen.

CINESTAR ZAGREB WEST

Im Westen der Stadt Zagreb befindet sich im Einkaufszentrum mit dem markanten Namen „Z Centar“ mit dem kürzlich eröffneten CineStar Zagreb West eines der technologisch fortschrittlichsten Kinos Kroatiens. Seine großen Säle sind mit hochmoderner Technik ausgestattet, darunter Harkness-Leinwände, Barco-RGB-Laserprojektoren, JBL-Lautsprecher und Crown-Audioverstärker. Darüber hinaus verfügt es über einen multifunktionalen Gaming-Saal, der sich für große E-Sport-Wettbewerbe eignet.

Das Design des CineStar-Kinos wurde von den Designern Franić & Šekoranja entworfen. Highlight ist die WOW-Bar mit Café-Terrasse, die sich für Cocktailparties und ähnliche Events eignet. Die Bar ist so dekoriert und ausgestattet, dass sie mehrere für das 20. Jahrhundert charakteristische Stile miteinander verbindet – Sessel und Stühle im Stil der 60er und Pop-Art sowie ein Mosaik aus verschiedenen Designs im Art-Deco-Stil auf dem Boden. Neben der Bar gibt es zwei Räume, die auch als separate Konferenzräume oder Nebenräume dienen können.

Das Kino verfügt über insgesamt sechs Kinosäle. Die Kapazität reicht von 99 bis 216 Sitzplätzen und bietet Platz für insgesamt 927 Personen. Die Wow-Bar bietet eine bunte Auswahl an warmen, kalten, alkoholfreien und alkoholischen Getränken, und es ist möglich, Catering zu organisieren. Für den besonderen Charme kann als Ergänzung zu einer Tagung oder Geschäftsveranstaltung das hauseigene Kino-Popcorn gereicht werden. CineStar Zagreb West bietet auch Möglichkeiten für digitales Branding von Veranstaltungen oder Sponsoren auf LED-Bildschirmen in der Kinolobby und der Wow-Bar.

CineStar-Kinos sind erfahren in der Organisation von Konferenzen, Schulungen, Workshops oder Seminaren, in denen Wissen auf der großen Leinwand präsentiert wird. Darüber hinaus eignen sie sich für Teambuilding-Aktivitäten wie geschäftliche Filmvorführungen, Präsentationen oder E-Sport- und Gaming-Events.

CineStar Zagreb West (Fotos: Ivan Ivanišević)

jobs + karriere

_ **Johanna Brunner** [40] wurde Head of Business Development Deutschland bei der *Wiener Sampling-Agentur Freudebringer*. Zuvor war sie 15 Jahre als Teamleiterin bei *Maresi* tätig. Die gebürtige Wienerin soll das Freudebringer Team bei der Entwicklung des deutschen Marktes unterstützen.

_ **Janneke van der Kamp** hat als Chief Commercial Officer (CCO) von *Grünenthal* übernommen. Sie tritt in die Geschäftsführung von Grünenthal ein und ist für die gesamte Global Commercial Organisation des Unternehmens verantwortlich. Janneke van der Kamp kommt von *Novartis* zu Grünenthal, wo sie zuletzt als Head of Pharma Region Europe tätig war.

_ **Eligio Catarinella** übernimmt die Verantwortung für das weltweite Marketing und die Kommunikation von *Alfa Romeo*. Er wird an **Jean-Philippe Imparato**, CEO der Marke Alfa Romeo, berichten. Der in Turin geborene Eligio Catarinella, der ein Ingenieurstudium an der Universität für Polytechnik in Turin und ein Masterstudium in Marketingmanagement an der *Wirtschaftsuniversität Turin* absolvierte, begann seine Laufbahn bei der *Fiat-Gruppe* im Jahr 2005.

Dominik Schäfer
(Foto: Atelier Markgraph)

Kadine James
(Foto: Ivan Medrano)

Hajo Bobeth
(Foto: Vogelsänger)

Nachhaltigkeitsteam bei mac: Eichler, Henze, Wolf, Mannhold, Barocca (v. l., Foto: mac. brand spaces)

DOMINIK SCHÄFER WECHSELT ZU ATELIER MARKGRAPH

Atelier Markgraph verstärkt das Team mit **Dominik Schäfer** als Senior Projekt Manager. Der Diplom-Ingenieur (FH) Architektur hat als leitender Architekt und Projektleiter bereits die Umsetzung zahlreicher Bauten und Projekte verantwortet.

Dominik Schäfer war zuletzt bei der *Ippolito Fleitz Group* in Stuttgart tätig, wo er als Projekt Direktor unter anderem die Ritter Sport Arbeitswelten mitverantwortet hat. Ein früheres Projekt war der Deutsche Pavillon auf der Expo 2015, für den Dominik Schäfer, damals bei *Milla & Partner* Stuttgart, das Ausstellungs-Projekt geleitet hat.

Erfahrungen aus der Mitarbeit auf der Kundenseite bei *Hugo Boss* in Metzingen und *Breuninger* in Stuttgart runden Dominik Schäfers Profil ab.

Markgraph Partner **Prof. Lars Uwe Bleher** freut sich über den Neuzugang im Atelier: „Für das Fachgebiet ‚Kommunikation im Raum' sind architektonische Belange wesentlicher Ausgangspunkt unserer Projekte".

ARTIFICIAL ROME GEWINNT KADINE JAMES

Die britische Metaverse-Pionierin *Kadine James* hat sich als Chief Metaverse Officer dem Berliner Design-Studio angeschlossen, um dort gemeinsam zukunftsweisende Erlebnisse für Kunden zu entwickeln. Kadine James ist eine weltweit anerkannte Web3-Strategin und Tech-Futuristin, die bereits mit Unternehmen wie *Verizon*, *Ryot*, *Yahoo* und *Accenture* zusammengearbeitet hat.

2021 ernannte *Computer Weekly* Kadine zu einer der zehn einflussreichsten Frauen der Tech-Branche – 2022 wurde sie von *Yahoo Finance* in die Top 10 der Metaverse-Gründer aufgenommen.

Artificial Rome, ein Unternehmen der *Liganova Group*, und Kadine James haben 2022 gemeinsam mit dem digitalen Modehaus Sapiensi das Digital Relics Fashion Projekt erfolgreich umgesetzt, das die Zukunft der Mode in virtuellen Welten und im Metaversum erforschte. Zusammengeführt hat sie das gemeinsame ästhetische Interesse an immersiven Umgebungen und das Metaverse.

HAJO BOBETH VERSTÄRKT DAS EVENT-TEAM BEI VOGELSÄNGER

Hajo Bobeth [44] verstärkt seit Jahresbeginn die *Vogelsänger* Studios mit Firmensitz in Lage/Ostwestfalen als Senior Projektmanager im Event-Bereich. Der gebürtige Südafrikaner, der in Hamm in Westfalen aufgewachsen ist, verfügt über eine große Expertise im Bereich des Veranstaltungsmanagements. Für *UNIversaal*, die Veranstaltungsagentur der Ruhr-Universität Bochum, managte er zahlreiche Eventformate. Dazu gehörten auch Großveranstaltungen mit bis zu 20.000 Gästen, bei denen er unter anderem für die Umsetzung und Einhaltung der komplexen Sicherheitskonzepte verantwortlich war.

„Vogelsänger bietet mir den Rahmen, in dem ich mich noch einmal weiterentwickeln kann", sagt Hajo Bobeth über seinen neuen Arbeitgeber.

Christian Tjo, Senior Executive, Business Development & Head of Event, freut sich über den Neuzugang in seinem Team: „Mit Spezialisten wie Hajo Bobeth können wir auch bei der aktuell großen Nachfrage die Vogelsänger-typische Sorgfalt und Qualität im Projektmanagement garantieren."

MAC KOMPLETTIERT DAS NACHHALTIGKEITSTEAM

mac. brand spaces hat mit der Einstellung von **Sandra Henze** als Sustainability Consultant sein Nachhaltigkeitsteam komplettiert. Das fünfköpfige Team besteht außerdem aus **Tobias Mannhold**, **Marie Eichler**, **Catarina Barocca** und **Torsten Wolf**. Dazu mac-CEO **Stefan Trieb**: „Unser Nachhaltigkeitsteam agiert als Berater und Projektentwickler für Kunden und deren begleitende Agentur".

Sandra Henze ist als Sustainability Consultant für Kunden und interne Projektpartner tätig. Sie bringt mehrjährige Erfahrung im agilen Projektumfeld in der IT-Branche und im Nachhaltigkeitsbereich sowie über zwölf Jahre Retail-Erfahrung in Raumeinrichtung und Management mit. „Eines unserer großen Unternehmensprojekte ist in den kommenden Monaten die ISO20121-Zertifizierung für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement", sagt Henze. Für das Frühjahr ist der neue Sustainability Report 2023 geplant.

MARKETING **SERVICES**

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon.fax.email.internet	angebot

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG

KIWI Event Services GmbH	Kasinostrasse 19-21 42103 Wuppertal	**T** 0202 89015232 **M** 0174 8822232 info@kiwi-services.de www.kiwi-services.de	Die KIWI Event Services GmbH bietet für Veranstaltungen aller Art umfassende Hygienekonzepte an. Wir sind ein Premiumdienstleister für Fahrzeugevents, Automotive, Messen und Presseveranstaltungen. Wir bieten ökologisch nachhaltigen, professionellen Reinigungsservice zu fairen Konditionen auf nationalen und internationalen Events an. Mit der Erfahrung von über 15 Jahren, sorgen wir für die richtige Pflege und Sauberkeit von Fahrzeugen, Pavillons, Flächen, Böden und Exponaten. Unsere erfahrenen Projektleiter mit unserem ausgebildeten Personal sorgen für die perfekte Sauberkeit.

BUCHUNGSPORTAL & MICE-SERVICE

HGI hotel reservation worldwide GmbH _ Marco Reinkens _ Carolin Nenov	Moltkestrasse 6 50674 Köln www.hgi-worldwide.com www.hgi-tagungsportal.com	**T** 0221 82008-0 **F** 0221 82008-25 m.reinkens@hgi-worldwide.com c.nenov@hgi-worldwide.com Öffnungszeiten: Mo. - Fr.: 08:30 - 17:30 Uhr	Wir sind auf weltweite Hotelbuchungen und Veranstaltungsplanung für Firmenkunden spezialisiert und betreuen nationale und internationale Firmenkunden, Organisationen, Verbände sowie Agenturen. Umfassende Recherche, Prozessoptimierung, Kostensenkung, strategische MICE Beratung und Rechnungsabwicklung sind Kern unseres Services. HGI verbindet kundenorientierten und persönlichen Service mit innovativer, webbasierter Buchungstechnik zum selber buchen. Unsere Veranstaltungsprofis unterstützen Sie gerne von der Anfrage bis zur Abreise kostenfrei.

DUFTREGIE

MAGIC BOX® eK D U F T R E G I E _ Inh. Elke Kies	Büdericher Str. 9 41460 Neuss www.duftregie.de	**T** +49 (0)2131 591810 **F** +49 (0)2131 591806 info@magicbox.de	Duftberatung und -Komposition. Professionelle Ausbringungs-Technologie für alle Konzepte und Raumgrößen kaufen oder mieten. Hygienekonzepte mit 100% pflanzlichen Aerosolen für Ihr Luft-Management. Duft-zum-Bild Inszenierung auch für den Nahbereich.

AKTUELLES IM INTERNET _ **WWW.STAGEREPORT.DE**

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

EVENT-AGENTUREN

Creative Tours + Concepts GmbH & Co. KG managing directors: Christoph Daake | Conny Lobert	Adolfsallee 15 65185 Wiesbaden	T +49 (0)611 450448-0 contact@ctc-events.de www.ctc-events.de	Unsere Expertise: über 30 Jahre Erfahrung als international agierende Full-Service-Agentur. Unser Geheimnis: kreative Köpfe und ein gemeinsames Ziel, die Zufriedenheit unserer Kunden. Ergebnis: Hochkarätige Live-Kommunikation und Marken-Inszenierungen!

fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt, live marketing GmbH	Widdersdorfer Str. 205 D-50825 Köln Weitere Standorte: Hamburg Berlin München	T +49 (0)221 56938-0 live@fischerappelt.de live.fischerappelt.de www.linkedin.com/company/fischerappelt +49 (0)40 899699-0 +49 (0)30 726146-0 +49 (0)89 747466-0	**Wir machen Marken erlebbar.** Analog. Digital. Connected. Als Spezialist:innen für Experience Marketing schaffen wir immersive Erlebnisräume. Strategisch fundiert, kreativ konzipiert, verlässlich geplant und begeisternd realisiert. Mit der geballten Kraft der fischerAppelt-Gruppe, agilen Workflows und vor allem: Leidenschaft. So entfesseln wir das volle Potential des Experience Marketings – für perfekte Markenerlebnisse.

HAGEN INVENT
an mci group company

HAGEN INVENT GmbH & Co. KG _ Catherine Hoffmann	Adlerstraße 74 40211 Düsseldorf	T 0211 67935-0 F 0211 67935-19 info@hagen-invent.de www.hagen-invent.de	Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit über 40 Jahren die gesamte Klaviatur der Live-Kommunikation. Unseren Pioniergeist haben wir uns stets bewahrt: Ob live, hybrid oder digital – für unsere Kunden entwickeln wir passgenaue Konzepte für Events und Incentives, die begeistern.

JOKE
JOKE Event AG

JOKE Event AG Creating Memories	Herbststraße 31 28215 Bremen Hamburg Berlin Frankfurt/Main Stuttgart München	T 0421 37888-0 F 0421 37888-88 kontakt@joke-event.de **www.joke-event.de**	JOKE inszeniert Marken, schafft Erlebnisse, begeistert Menschen. Live, hybrid oder digital – aber vor allem nachhaltig. Für das große Ganze und die bleibende Erinnerung. Und das seit über 25 Jahren. Über 100 Kommunikations- und Event-Spezialisten betreuen Projekte von der Kreation bis zur Umsetzung für große und kleine Marken – quer durch alle Formate und Branchen. Eine eigene Produktion, Streaming-Studio und Locations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.

AKTUELLES IM INTERNET _ **WWW.BLACHREPORT.DE**

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon.fax.email.internet	angebot

EVENT-AGENTUREN

livewelt GmbH & Co. KG
_ Ole Ternes
Geschäftsführer

Berliner Str. 133
33330 Gütersloh

T +49 (0) 5241 21090-0
info@livewelt.de
www.livewelt.de

livewelt ist Spezialist für die Verbindung aus Marken- und Live-Kommunikation. Mit Herz, Leidenschaft und vorallem Verstand arbeiten wir seit 2006 für nationale und internationale Kunden. Erfahren Sie mehr über uns und unser Leistungsspektrum auf www.livewelt.de

LMC | Live Marketing Company

lmc.communication GmbH
_ Oliver Langjahr

Relenbergstraße 88
70174 Stuttgart

T +49 711 389 500 500
o.langjahr@l-mc.com
www.l-mc.com

LMC realisiert als agiles Powerhouse Marken-Events auf dem ganzen Globus. Live und Digital. Mit echtem Full Service Support und einer exzellenten Umsetzungskompetenz bieten wir unseren Kunden das gesamte Spektrum für eine zielgerichtete Kommunikation in den Bereichen Event, Retail, Guest und Drive.

ottomisu

Connecting people, brands and markets.

ottomisu
communication GmbH

Im Klingenbühl 1
69123 Heidelberg

T +49 (0)6221 73902-0
anfrage@ottomisu.com
www.ottomisu.com

Unser Herz schlägt für echte LIVE-Kommunikation. Seit 1993. Als **Full-Service-Agentur** realisieren wir Events – offline, online und hybrid. Von der Marktanalyse über Strategie, Design, Konzeptentwicklung und Kommunikation bis hin zu Produktion und Umsetzung. Darüber hinaus begleiten wir unsere Kunden bei der ergänzenden digitalen Interaktion mit ihren Zielgruppen. Beispielsweise via Plattformen, Podcasts, Magazinen oder Social Media. Unser Antrieb, bei allem was wir tun, ist der Aufbau von tragfähigen Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Märkten. Wir nennen diesen Ansatz **#CONNECTIVITY.**

MEDIA BOARD

BlachReport // StageReport // PocketEvent
und mehr digitale Ausgaben unter:

www.mediaboard.one

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

EVENT-AGENTUREN

PP Frankfurt PP Köln	Christoph Symeonidis M 0175 723 43 64 c.symeonidis@pp-live.com www.pp-live.com Patrick Birkenfeld M 0173 919 80 85 p.birkenfeld@pp-live.com	PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Personallösungen und hat sich zum Ziel gesetzt, Ihre Marke im Rahmen von Events, Messen oder am POS emotional erlebbar zu machen… live, digital oder hybrid! Für einzigartig nachhaltige Erlebnisse verbinden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizienten Projekt- und Personalmanagement.

Pure Perfection | Wiesbaden Pure Perfection | Berlin Pure Perfection | Düsseldorf	Gutenbergplatz 3 65187 Wiesbaden Strelitzer Straße 2 10115 Berlin Reisholzer Werftstr. 29a 40589 Düsseldorf	T +49 (0)611 172196-0 wiesbaden@pureperfection.com T +49 (0)30 4005353-0 berlin@pureperfection.com T +49 (0)211 55026784 duesseldorf@pureperfection.com	In unseren Disziplinen **Live**, **Space** und **Content** sind wir weltweit verknüpft und geben unseren Kunden ein einzigartiges Versprechen: **Pure Perfection!** 60 Perfektionisten arbeiten an den Standorten Wiesbaden, Düsseldorf und Berlin mit einem Höchstmaß an Inspiration, Kreativität und Umsetzungsqualität.

Red Carpet Event GmbH Office Düsseldorf Office Berlin Office Frankfurt	 Hansaallee 245 40549 Düsseldorf c/o MINDSPACE Friedrichstraße 68 10117 Berlin Eschenheimer Anlage 40 60318 Frankfurt a. M.	 Kontakt: info@red-carpet-event.de www.red-carpet-event.de	**Live-Kommunikation mit Hollywood-Flair!** Red Carpet Event ist der führende Spezialist, wenn es um Ihre erfolgreichen Veranstaltungen im Kino geht. Durch die Realisierung von über 20.000 Events, wie z.B. Tagungen, Produktpräsentationen, Personalversammlungen, Roadshows, Messen, Firmenfeiern, Gala- & Filmevents sowie neuer interaktiver Veranstaltungsformate an 150 Standorten in ganz Deutschland, haben wir Live-Kommunikation im Kino als festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation vieler unserer Kunden dauerhaft etabliert. Für individuelle Anforderungen und eine budgettreue Produktion stehen unsere erfahrenen Projektmanager – in den Offices in Berlin, Düsseldorf und Frankfurt am Main – jeder Zeit zur Verfügung. Profitieren Sie von unserer täglichen Expertise bei der Planung Ihrer Veranstaltung.

trendhouse event marketing gmbh	Innsbrucker Ring 15 81673 in München	T 089 368498-0 hello@trendhouse.de www.trendhouse.de	Die Lust am Inszenieren – seit 1994. Wir erzählen Geschichten, inszenieren Botschaften, bringen Strategien auf die große Bühne. Live, digital, hybrid und online. Als Agentur für Livekommunikation und Experience Marketing realisieren wir Ihr Projekt in Deutschland und im internationalen Ausland. Unser – Ihr – Erfolg basiert auf zwei Säulen, der konzeptionell-strategischen Kommunikationsberatung und der Umsetzung anspruchsvoller Eventprojekte in allen Größenordnungen. Für unsere Leistungen wurden wir wiederholt ausgezeichnet und platzieren uns regelmäßig im Ranking der kreativsten Agenturen Deutschlands.

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

EVENT-AGENTUREN

Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
Uniplan Hamburg	Schaartor 1 20459 Hamburg	T +49 40 180 436 040 hamburg@uniplan.com
Uniplan Kerpen	Zeißstraße 12-14 50171 Kerpen	T +49 22 37 50 90 hello@uniplan.com
Uniplan Basel	Signalstraße 37 4058 Basel - Schweiz	T +41 61 7269 555 basel@uniplan.com
Uniplan Beijing	F15, Building B Guanghua Lu SOHO2 No. 9 Guanghua Road, Chaoyang District, Beijing 100020 - China	T +86 10 5969 2188 hello@uniplan.com
Uniplan Shanghai	2203 K Wah Centre No. 1010, Huaihaizhong Road Shanghai 200031 - China	T +86 21 6330 2226 hello@uniplan.com
Uniplan Hong Kong	Room 2A, 2nd Floor, Beverly House No. 93-107 Lockhart Road Wanchai Hong Kong - China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.

Uniplan wurde 1960 von Hans Brühe, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.

Syndicate Five GmbH
Strelitzer Str. 2
10115 Berlin
T +49 172 1910 482
berlin@syndicate-five.com
www.syndicate-five.com

We are Syndicate 5 a collective of creative professionals transforming raw ideas into unique live & mixed experiences. Get in touch!

AKTUELLES IM INTERNET _ **WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE**

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

EVENT-CATERING / EVENT-LOCATIONS

FSGG - EVENT- & MESSECATERING
FSGG - FULL- SERVICE
FSGG - KOCHSTUDIO TV/ INCENTIVE
FSGG - LOCATION
FRANK SCHWARZ
GASTRO GROUP GMBH

Grossmarkt Duisburg
Auf der Höhe 10
47059 Duisburg

T 0203 450390
F 0203 4503915
info@fsgg.de
www.fsgg.de

Es sind die feinen Details die ein FSGG-Catering auszeichnen: Deshalb setzen wir ein besonderes Werkzeug ein: die menschliche Hand und einen guten Geschmack. Nur so kann aus kostbaren, natürlichen Zutaten, perfektem Equipment und herzlicher Gastfreundschaft ein so unnachahmliches Gesamtbild entstehen. Perfekter Event-Genuss, den Sie mit allen Sinnen erLeben und geniEssen werden!

Kofler Kompanie
NewCo GmbH

Unter den Linden 2
10117 Berlin

T +49 (0) 30 259289 0
berlin@kofler-kompanie.com
www.kofler-kompanie.com

Innovation trifft Tradition. Kreativität wird kombiniert mit höchster Qualität. So schreiben wir die Gastronomische Erfolgsgeschichte von Kofler & Kompanie weiter. Wir entwickeln unvergessliche, fantasievolle und wegweisende Cateringkonzepte aus Leidenschaft. Unser Motto „Satisfying All Senses" Ist tief in unserer DNA verankert und wird von uns allen gelebt.

EVENT-FACHMESSEN

BOE INTERNATIONAL
Internationale Fachmesse
für Erlebnismarketing
17. – 18. Januar 2024
Dortmund

Messe Westfalenhallen
Dortmund GmbH
Strobelallee 45
44139 Dortmund

T +49 (0)231 1204-521
F +49 (0)231 1204-678
info@boe-messe.de
www.boe-messe.de

Stellen Sie im kommenden Jahr die wirtschaftlichen Weichen auf Erfolg und präsentieren Sie sich als Aussteller der BOE INTERNATIONAL den Top-Entscheidern und Einkäufern der Industrie und Agenturszene aus Deutschland und den benachbarten Benelux-Ländern. Nutzen Sie die BOE als attraktive Vertriebs- und Networking-Plattform für Ihre Produkte und Dienstleistungen und schließen Sie neue Geschäftskontakte in professioneller Atmosphäre.

MESSE- UND EVENTBAU

AMECKO GmbH

Zum Steigerhaus 1
46117 Oberhausen

T +49 (0)208 810959-0
F +49 (0)208 810959-59
info@amecko.com
www.amecko.com

instagram.com/
amecko_theinspiringpeople

Wir konzipieren, realisieren und betreuen kreative Erlebnisräume auf Messen, auf Kongressen, im Innenausbau und für Events. Bei uns erhalten Sie das Komplettpaket für Ihren Markenauftritt unkompliziert aus einer Hand. Ob Ihre Produkte oder Dienstleistungen für sich sprechen sollen, ob interaktives Infotainment, eine spannende Architektur oder eine hochkomplexe, bauliche Umsetzung im Fokus ihrer Aufgabenstellung stehen – AMECKO schafft Erlebnisse mit dem Netzwerk der Besten, national und international.

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

MESSE- UND EVENTBAU

Artlife GmbH _ Stephan Haida	Hessenstraße 6 65719 Hofheim	**T** +49 (0)6122 504-0 **F** +49 (0)6122 504-200 info@artlife.eu www.artlife.eu	Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows sowie Bühnen- und Themen-Sets.
DEKO-Service Lenzen GmbH www.deko-service.net	**Standort Lohmar (b. Köln):** Im Rohnweiher 47 53797 Lohmar **T** +49 (0)2205 9060 **F** +49 (0)2205 90630 main@deko-service.net	**Standort Berlin:** Zur Alten Börse 79 12681 Berlin **T** +49 (0)30 54709770 **F** +49 (0)30 54709772 nl-berlin@deko-service.net	Eventausstattung, Messe- Bühnenbild- und Großdekorations- und Ladenbau von der Konzeption/Präsentation über die perfekte Realisation bis zur Einlagerung. Fachabteilungen der Holz-, Metall-, Kunststoff- und Textilverarbeitung sowie Digitaldruck. Vermietfundus und Lager. Der Service mit dem Know-How und Erfahrung im Veranstaltungsbereich national und international seit 1987.
DER PLUSFAKTOR LIMBURG BERLIN SARDINIEN	**NA+1** Gunnar Zessel e. K. Jahnstraße 10 65549 Limburg	Limburg **T** 06431 26290-20 **M** 0176 12629022 info@na1.de www.na1.de	32 Jahre temporäres stilsicheres individuelles Design für Messe, Event, Retail, Grossdekorationen, Möbel und Exponatbau. Wir sind Partner national und International. Rein und ehrlich in die Zukunft.

MIETMÖBEL

SUITESTUFF GmbH	Haimhausener Str. 17 D-85386 Deutenhausen bei Eching	**T** 08133 78299-0 **F** 08133 78299-19 info@suitestuff.de suitestuff.de	Durch das Prinzip des vorübergehenden Einsatzes für unterschiedliche Anlässe und eine Vielzahl von Kunden teilen wir im weitesten Sinne unsere Produkte mit vielen. Verschiedene Loungelinien in fünf Stilrichtungen sind individuell anpassbar an CI und Veranstaltungszweck. Wir planen für Sie und übernehmen auch Logistik und Aufbau.

AKTUELLES IM INTERNET _ **WWW.STAGEREPORT.DE**

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO

PRODUCTION OFFICE GbR Ingenieurbüro für Entertainment _ Dipl. Ing. Joachim Koppe _ Dipl. Ing. Ralf Schafstall	Schlesische Straße 28 10997 Berlin	T 030 616716-0 F 030 616716-29 www.production-office.de info@production-office.de	Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

TEILNEHMERMANAGEMENT

EMENDO Event + Congress GmbH & Co. KG _ Philipp Sautter Managing Partner	Schönbergstraße 24, 73760 Ostfildern	T 0711 4605376-0 post@emendo-events.de www.emendo-events.de	EMENDO Event + Congress ist einer der führenden Anbieter für Teilnehmermanagement in Deutschland. Neben der Bereitstellung unserer Guestmanagement-Software EM.EX unterstützen wir unsere Kunden seit über 15 Jahren in der Betreuung von Messe- und Kongressbesuchern sowie Eventgästen.

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem GmbH Audiovisuelle Dienstleistungen	*Düsseldorf* Herderstraße 70 40721 Hilden *Berlin* Rohrdamm 24b 13629 Berlin	T +49 2103 25230-0 T +49 30 367005-70 info@aventem.de www.aventem.de	Reale und digitale Veranstaltungen in unseren Studios, bei unseren Kunden oder an Veranstaltungsstätten in jeder Größenordnung. Auf unserer eigenen, wandelbaren Plattform setzen wir Ihr Event in Szene und bringen die Emotionen zurück zum Publikum. Wir wollen Ihr Partner mit hoher Beratungskompetenz bei der Umsetzung für den gemeinsamen Erfolg sein.

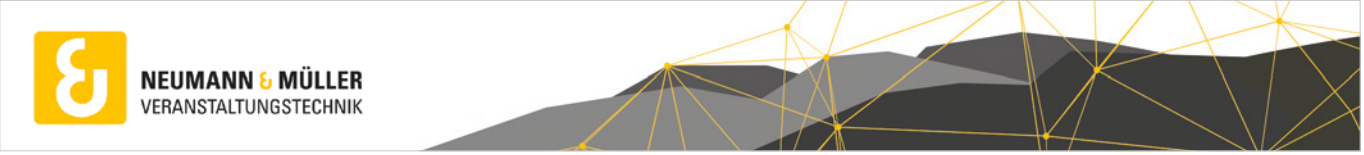
Live.Digital.On-site

btl next GmbH	Berlin • Düsseldorf Frankfurt • Hannover München • Poznań	T +49 (0)211 90449-0 F +49 (0)211 90449-444 contact@btl-x.de www.btl-x.de	Bei uns sind Event-Spezialisten für deine Themen wie **Content**, **Kreativität** und neue Eventformate im Einsatz. Wir entwickeln **Streaming-, Hybrid- und Live-Events** und liefern dabei u. a. eigens konzipierte **Websites** und maßgeschneiderte **Hygienekonzepte** für dein Event^{x} aus einer Hand.

AKTUELLES IM INTERNET _ **WWW.MUSEUMSREPORT.DE**

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

VERANSTALTUNGSTECHNIK



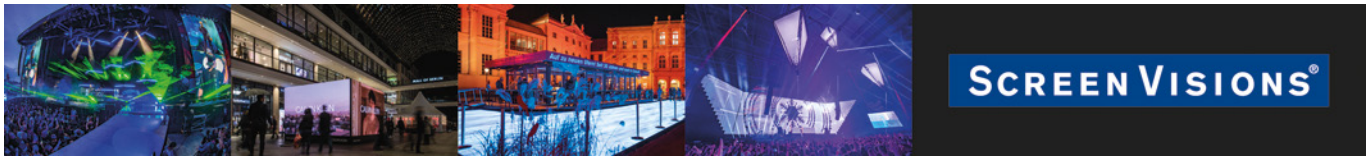
Neumann&Müller
GmbH & Co. KG

Anckelmannsplatz 1
20537 Hamburg

T +49 40 254049 0
info@neumannmueller.com
www.neumannmueller.com

Neumann&Müller Veranstaltungstechnik
Live oder digital – wir leben die große, weite Welt von Audio, Licht und Video, von Konferenztechnik, Content Production, Event-IT, Rigging und Bühnenbau. Seit über 40 Jahren sammeln wir Erfahrung und Know-how, um unseren Kunden aus einer Hand begeisternde, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO



Screen Visions GmbH
Waldburgstraße 17/19
70563 Stuttgart

T +49 711-21414-140
mail@screenvisions.com
www.screenvisions.com

- LED-Videowände
- Mobile & modulare Lösungen
- Sonderkonstruktionen
- On-Screen-Vermarktung
- Digitale Promotionmodule
- Beratung für Festinstallationen
- Kameras
- Medienserver
- technische Planung

AKTUELLES IM INTERNET _ **WWW.BLACHREPORT.DE**

MEDIA BOARD

BlachReport // StageReport // PocketEvent
und mehr digitale Ausgaben unter:

www.mediaboard.one

INSIDE

Florian Schneider

Florian Schneider (Foto: Isinger + Merz)

FLORIAN SCHNEIDER IST GESCHÄFTSFÜHRER BEI *ISINGER + MERZ* IN WIESBADEN.

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Mein Herz schlägt nicht für die Veranstaltungsbrache! Es schlägt dafür, Impulse zu setzen, Menschen zu begeistern und Emotionen zu wecken.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Abenteurer oder Entdecker.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Die Lofoten hautnah mit allen Facetten zu erleben.

Was macht Sie glücklich?
Die kleinen Dinge im Leben.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Die ersten Tage im Leben meiner Zwillinge Noah und Fynn.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Entscheidungen bereue ich nicht – ich treffe Sie lieber bewusst.

Was machen Sie gegen Stress?
Sport, Natur und Frischluft.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Reinhold Messner!

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
‚Kreativ sein und anders denken' von John Cleese.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?
Jan Delay ist immer gut!

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
893 Ryotei in Berlin.

impressum

25. Jahrgang _ **VERLAG** AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail *info@blachreport.de* / ***www.blachreport.de*** _ **CHEFREDAKTION** Peter Blach *pblach@blachreport.de* _ **REDAKTION** Gabriele Stolte *gstolte@blachreport.de* / Elke Bartels *ebartels@blachreport.de* / Marco Raupach *mraupach@blachreport.de* _ **ANZEIGENMARKETING** Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail *gsanders@aktivmedia.biz* _ **PRODUKTION** Sandra Fink *sf@betriebsbuero.com* _ **DRUCK** Druckpunkt Langer / Uetze _ **GERICHTSSTAND** Burgdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. Sie erscheint zweiwöchentlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt 93 Euro beim Digitalabo und 290 Euro beim Printabo (jeweils zzgl. MwSt.). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt ist. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. [Preise jeweils inkl. Versandkosten]

ISSN 1611-8308

STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation

REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS

AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

WIE GELINGEN IMMERSIVE MEDIENERLEBNISSE BEI OUTERNET LONDON?

WIE WERDEN EXPONATE FÜR MESSEN UND EVENTS VIRTUELL?

FRAGEN AN DEN NEUEN VORSTAND: WAS GEHT BEIM FORWARD?

WAS BEDEUTEN ISO-ZERTIFIZIERUNG UND KONVOI-LÖSUNG FÜR DIE NACHHALTIGKEIT?

STUDIO BLACH – ALLES ÜBER LIVE-KOMMUNIKATION
IST EIN BROADCAST-FORMAT VOM **BLACHREPORT**.

DEN WEBCAST GIBT ES AUCH ALS AUDIOFORMAT
RADIO BLACH AUF ALLEN PODCAST-PLATTFORMEN.

BlachReport

POCKETEVENT

*23

POCKETEVENT ERSCHEINT EINMAL PRO JAHR ALS DATENBANK LIVEKOMMUNIKATION UND FASST DIE ERGEBNISSE RELEVANTER EVENT-AWARDS UND BRANCHENEREIGNISSE ZUSAMMEN: DEUTSCHES EVENT-KREATIVRANKING 2023, RANKINGS EVENT-DIENSTLEISTER, EVENT-LOCATIONS, EVENT-DESTINATIONEN, EVENT-ENTERTAINMENT, EVENT-CATERING, NON-FOOD-CATERING UND MESSEBAU SOWIE BRANDEX AWARD, BEAWORLD AWARD, GOLDEN AWARD MONTREUX UND MEHR.

PocketEvent *23 gibt es auf **www.mediaboard.one**

AktivMedia
Marketing- und
Medienkommunikation GmbH